



VIÑA CONCHA Y TORO PRESENTA RESULTADOS CONSOLIDADOS AL PRIMER TRIMESTRE DE 2016

Santiago, Chile, 27 de mayo de 2016 - Viña Concha y Toro S.A. ("La Compañía" o "Concha y Toro") (NYSE: VCO, IPSA: Conchatoro), unas de las viñas líderes a nivel mundial y el principal productor y exportador de vinos de Chile, anuncia el día de hoy sus resultados financieros consolidados, bajo normas IFRS, para el primer trimestre de 2016 finalizado el 31 de marzo de 2016. Los valores en US\$, a excepción de las exportaciones, fueron calculadas a la tasa efectiva de cierre con fecha de 31 de marzo de 2016 (US\$1,00 = Ch\$ 669,8).

Destacados 1T2016 vs 1T2015

- Ingresos consolidados aumentaron un 13,6% alcanzando Ch\$132.155 millones en el trimestre.
- Los volúmenes totales aumentaron 10,1%. El Segmento Operativo Vinos ("Vinos") contribuyó con un crecimiento de 7,7%, mientras que el Segmento Operativo Otros ("Otros") contribuyó, por su parte, con un crecimiento de 33,5% durante el trimestre.
- Con respecto a las ventas de *Vinos*, destaca:
 - Mercados de Exportación crecieron un 11,1% en valor, alcanzando Ch\$84.349 millones, explicados por mayores volúmenes comercializados de 7,7%.
 - Mercado Doméstico en Chile creció un 11,3% y 9,1% en valor y volumen, respectivamente.
 - Ventas totales en la operación de Argentina registraron un crecimiento de 13,6% en valor, impulsado por una mayor venta en los Mercados de Exportación, totalizando Ch\$4.849 millones (+23,4%) y envíos a las filiales de distribución por Ch\$3.925 millones (+15,5%).
 - Crecimiento en las ventas de vino embotellado en el mercado doméstico y exportación en US, alcanzado un aumento de 8,3% y 15,6% en volumen, respectivamente.
- La Utilidad Neta atribuible a los Controladores de la Compañía alcanzó Ch\$7.297 millones, registrando un crecimiento de 24,1% en el trimestre.
- El Resultado Operacional más la Depreciación y Amortización aumentó un 20,4%, totalizando Ch\$16.854 millones, alcanzando un margen sobre la venta de 12,8%, lo que representa una expansión de 71 puntos base.



Resumen del Primer Trimestre

Durante el primer trimestre las ventas totales aumentaron un 13,6%, totalizando Ch\$132.155 millones, con respecto a los Ch\$116.312 registrados en el 2015. El aumento en las ventas se explica por mayores ventas en ambos segmentos, *Vinos* y *Otros*, registrando un 11,9% y 29,4% de crecimiento en valor, respectivamente.

Los crecimientos en las ventas de *Vinos* se explican principalmente: i) por un aumento en las ventas en los Mercados de Exportación desde Chile de 11,1% en valor y 7,7% en volumen, ii) mayores ventas en el Mercado Doméstico en Chile de 11,3% en valor y 9,1% en volumen, iii) mayores ventas en la operación de Argentina de 12,3% en valor y 12,5% en volumen, iv) una mayor venta en la operación de Estados Unidos de 17,3% en valor, impulsado por crecimientos de 24,2% y 9,0% en las ventas de vino embotellado, en valor y volumen, respectivamente, y v) un efecto positivo por variaciones de tipo de cambio.

Las ventas de vino de Fetzer a terceros (excluyendo los envíos a las filiales de distribución) aumentaron un 17,3% en pesos chilenos durante el primer trimestre del 2016. Destaca el crecimiento en las ventas de vino embotellado en el mercado doméstico, las cuales aumentaron un 8,3% en volumen durante el periodo. Esto generó un cambio en el mix de venta, en el cual disminuyeron las ventas de vino granel (-95%) en volumen durante el trimestre. Las exportaciones de vino embotellado registraron un crecimiento de 15,6% en los volúmenes comercializados.

En Argentina, durante el trimestre, las ventas totales de vino a terceros (excluyendo los envíos a las filiales de distribución) registraron un incremento de 12,3% en valor y 12,5% en volúmenes. El aumento en las ventas se explica por mayores volúmenes comercializados en los mercados de exportación (+17,5%) y mercado doméstico (+3,3%), totalizando ventas por Ch\$4.849 millones y Ch\$782 millones, respectivamente.

A nivel operacional, en el trimestre, el resultado operacional sumando la depreciación y amortización alcanzó Ch\$16.854 millones, lo que representa un aumento de 20,4% en comparación al mismo periodo del 2015. Este resultado se explica por un aumento en los volúmenes comercializados, menores costos, una mayor participación de las categorías Premium sobre el mix de ventas y un efecto positivo derivado de las fluctuaciones de tipo de cambio. Como resultado, se alcanzó un margen sobre la venta de 12,8% durante el primer trimestre de 2016, lo que representa un incremento de 71 puntos base en comparación al primer trimestre de 2015.

Finalmente, la Utilidad Neta atribuible a los Controladores de la Compañía aumentó un 24,1% totalizando Ch\$7.297 millones, con un margen neto de 5,5%.



Resultados al Primer Trimestre 2016

1. Ventas Totales

Los Ingresos Consolidados registraron un aumento de 13,6% alcanzando los Ch\$132.155 millones durante el primer trimestre. Este resultado se explica principalmente por crecimiento de dos dígitos en gran parte de los mercados, en pesos chilenos, tal como se muestra en la Tabla N°1.

Tabla N°1
Ventas Totales

Total Ventas^(*) (en millones de pesos)	1Q16	1Q15	Variación (%)
Chile Mercado Doméstico - Vinos	13.711	12.318	11,3%
Chile Mercados de Exportación ⁽¹⁾	84.349	75.908	11,1%
Argentina Mercado Doméstico	782	1.087	-28,1%
Argentina Mercados de Exportación ⁽²⁾	4.849	3.928	23,4%
U.S.A. Mercado Doméstico	12.242	10.626	15,2%
U.S.A. Mercados de Exportación ⁽²⁾	1.195	833	43,4%
Total Segmento Vinos	117.127	104.701	11,9%
Chile Mercado Doméstico - Nuevos Negocios	13.688	10.055	36,1%
Otros Ingresos	1.340	1.556	-13,9%
Total Segmento Otros	15.028	11.611	29,4%
Total Ventas	132.155	116.312	13,6%

Total Volumen^(*) (miles de litros)	1Q16	1Q15	Variación (%)
Chile Mercado Doméstico - Vinos	13.634	12.493	9,1%
Chile Mercados de Exportación ⁽¹⁾	41.084	38.139	7,7%
Argentina Mercado Doméstico	1.126	1.090	3,3%
Argentina Mercados de Exportación ⁽²⁾	2.376	2.022	17,5%
U.S.A. Mercado Doméstico	3.290	3.367	-2,3%
U.S.A. Mercados de Exportación ⁽²⁾	332	288	15,6%
Total Segmento Vinos	61.843	57.400	7,7%
Chile Mercado Doméstico - Nuevos Negocios	7.843	5.875	33,5%
Total Segmento Otros	7.843	5.875	33,5%
Total Volumen	69.686	63.275	10,1%

Precio Promedio (por litro)	Moneda	1Q16	1Q15	Variación (%)
Chile Mercado Doméstico - Vinos	Ch\$	1.005,6	986,0	2,0%
Chile Mercados de Exportación ⁽¹⁾	US\$	3,00	3,26	-7,9%
Argentina Mercado Doméstico	US\$	1,37	1,83	-25,4%
Argentina Mercados de Exportación ⁽²⁾	US\$	3,05	3,15	-3,3%
U.S.A. Mercado Doméstico	US\$	5,34	5,27	1,3%
U.S.A. Mercados de Exportación ⁽²⁾	US\$	5,19	4,63	12,1%

(1) Mercados de Exportación considera exportaciones de Chile a terceros más ventas de filiales de distribución.

(2) Las exportaciones de Argentina y EE.UU. no consideran envíos a filiales de la compañía.

(*) Ventas incluyen las ventas de vino granel.



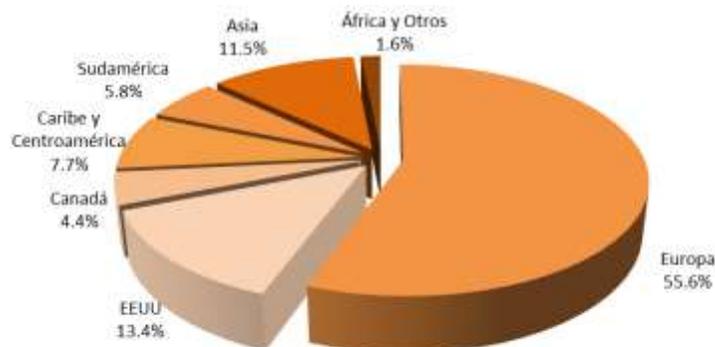
1.1. Ventas Totales: Segmento Operativo de Vinos

Los Ingresos Consolidados, provenientes de las ventas de *Vinos*, aumentaron un 11,9% durante el primer trimestre de 2016, impulsados por mayores volúmenes vendidos, una mayor participación de las categorías Premium en las ventas y un efecto positivo por tipo de cambio.

1.1.1. Ventas Mercado Exportación

Las ventas de exportación desde Chile y las filiales de distribución registraron un crecimiento de 11,1% en el trimestre totalizando Ch\$84.249 millones con respecto a los Ch\$75.908 millones alcanzados en el primer trimestre de 2015. Este aumento se explica por mayores volúmenes comercializados (7,7%) durante el trimestre, en conjunto con un efecto positivo producto de las variaciones de tipo de cambio debido a la depreciación del peso chileno frente al dólar (12,3%), Euro (10,2%), Corona Sueca (10,8%) y a la libra esterlina (6,1%). Las depreciaciones descritas se vieron parcialmente compensadas por la apreciación que tuvo el peso chileno frente al real brasileño (17,4%), peso mexicano (6,9%) y peso argentino (32,5%).

Gráfico 1
Total Exportaciones de Vino Embotellado por región y Volumen
(Considera Exportaciones desde Chile, Argentina, Estados Unidos y Filiales de Distribución)
Primer Trimestre 2016



De acuerdo al volumen comercializado en las exportaciones según la región de destino, durante el primer trimestre vimos crecimientos en la mayoría de las regiones, destacando el crecimiento del 39,5% en Asia, 21,7% en Centroamérica y 21,7% en África. Otras regiones que mostraron crecimientos fueron: Europa (8,0%), Sudamérica (17,2%) y Canadá (4,3%). Por otro lado, Estados Unidos registró una caída de 14,5% durante el trimestre.

1.1.2. Ventas Mercado Doméstico, Chile

Las ventas totales en el mercado doméstico registraron un crecimiento de 11,3% alcanzando los Ch\$13.711 millones y un aumento de 9,1% en volumen comercializando 1,5



millones de cajas de nueve litros durante el trimestre. El precio promedio de venta aumentó un 2,0% en el periodo.

El aumento en los ingresos se explica por mayores ventas en las categorías de vinos Premium y Superiores (11,5%) al igual que en las categorías Populares (11,2%). En términos de volumen, ambas categorías registraron crecimientos de 16,6% y 8,5%, respectivamente. Las categorías Premium y Superiores representaron un 8,6% del volumen total en el mercado doméstico y un 30,8% de las ventas valorizadas durante el trimestre.

1.1.3. Operación en Argentina

Las ventas totales provenientes de la operación en Argentina (excluyendo los envíos a las filiales de distribución) registraron un aumento de 12,3% alcanzando los Ch\$5.631 millones como resultado de crecimientos en los mercados de exportación (23,4%) y caídas en el mercado doméstico (28,1%). Las ventas en pesos chilenos en el mercado doméstico se vieron negativamente impactadas por la fuerte depreciación del peso argentino frente al peso chileno (32,5%) durante el trimestre.

En términos de volumen, las ventas en los mercados de exportación aumentaron 17,5%, mientras que en el mercado doméstico se registró un crecimiento de 3,3%. En el trimestre, los volúmenes exportados totalizaron las 264 mil cajas de nueve litros. A su vez, las ventas en el mercado doméstico totalizaron las 125 mil cajas de nueve litros.

El precio promedio registrado en el mercado doméstico cayó un 25,4% alcanzando los US\$1,37 por litro durante el primer trimestre, explicado por la depreciación del peso argentino frente al dólar estadounidense. En el mercado de exportaciones el precio promedio disminuyó un 3,3% alcanzando niveles de US\$3,05 por litro.

1.1.4. Operación en Estados Unidos (Fetzer)

Durante el primer trimestre de 2016, las ventas totales de Fetzer (excluyendo los envíos a las filiales de distribución) aumentaron 17,3% alcanzando los Ch\$13.436 millones, explicado por una mayor venta en los mercados de exportación (43,4%) al igual que en el mercado doméstico (15,2%).

En términos de volumen, las ventas de vino embotellado registraron un aumento de 9,0% totalizando 401 mil cajas de nueve litros durante el primer trimestre. Destacan las ventas de vino embotellado en el mercado doméstico, las cuales aumentaron un 8,3%, registrando crecimientos por cuatro trimestres consecutivos. En el mercado doméstico se aprecia un cambio en el mix de venta, en las cuales aumentan las ventas de vino embotellado (+8,3%) mientras que caen las ventas de vino granel (-95,4%). A su vez, los volúmenes exportados, los cuales crecieron un 15,6% durante el trimestre, también están mostrando una tendencia positiva, generando crecimientos de dos dígitos por tres trimestres consecutivos.

Con respecto a los precios promedios, durante el primer trimestre se registró un aumento de 1,3% en el mercado doméstico alcanzando niveles de US\$5,34 por litro. En los



mercados de exportación, el precio promedio alcanzó niveles de US\$5,19 por litro, cifra que representa un aumento de 12,1%.

1.2. Ventas Totales: Segmento Operativo de Otros

Los Ingresos Consolidados provenientes de las ventas de *Otros* registraron un crecimiento de 29,4% durante el primer trimestre, impulsados por el crecimiento en la distribución de licores, cervezas, bebidas energéticas y agua mineral.

1.2.1. Ventas Mercado Doméstico – Nuevos Negocios

Las ventas de nuevos negocios, incluyendo la venta de cervezas Premium y licores, llevadas a cabo por la filial de distribución VCT Chile (ex-Comercial Peumo), aumentaron un 36,1% alcanzando una facturación de Ch\$13.688 millones y un 33,5% comercializando 7,8 millones de litros durante el trimestre. El aumento en las ventas valoradas se explica por crecimientos en las ventas de los productos de Diageo (14%) y en las ventas de las categorías de cervezas (31%) y bebidas energéticas (71%).

1.2.2. Otros Ingresos

Otros ingresos, que comprenden comisiones por servicios de embotellado, venta de fruta, entre otros, disminuyeron un 13,9% registrando ventas por Ch\$1.340 millones, en comparación al primer trimestre del 2015.

2. Costos de Venta

Durante el primer trimestre, los costos totales aumentaron un 10,4% totalizando Ch\$81.520 millones (US\$122 millones) desde Ch\$73.819 millones (US\$110) registrados en el primer trimestre del 2015. El costo total como porcentaje de las ventas fue de 61,7%, lo que representa una mejoría de 178 puntos base con respecto al primer trimestre de 2015. Esta mejoría impactó positivamente el margen bruto, alcanzando un 38,3% como porcentaje de la venta, en comparación al 36,5% registrado en 2015. El menor costo como porcentaje de la venta es explicado por un menor costo del vino y mayores volúmenes comercializados que permiten una mayor dilución de los costos fijos, en comparación al primer trimestre de 2016.

3. Gastos de Administración y Venta

Los gastos de administración y ventas (incluyendo costos de distribución y gastos de administración) aumentaron 16,6% alcanzando Ch\$38.483 millones (US\$57 millones) en el primer trimestre de 2016, con respecto a los Ch\$33.001 millones (US\$49 millones) registrado en el mismo periodo del 2015. Como porcentaje de la venta los gastos de administración y venta alcanzaron un 29,1%. Como porcentaje sobre las ventas, los Gastos de Administración y Ventas estuvieron 75 puntos base por sobre lo registrado en el mismo periodo del 2015.



4. Resultado Operacional

Durante el primer trimestre, el resultado Operacional (Resultado Bruto – Costos de Distribución – Gastos Administración) aumentó un 28,0% alcanzando Ch\$12.152 millones en comparación a Ch\$9.491 millones registrados durante el primer trimestre del 2015. El margen operacional, como porcentaje sobre la venta, aumentó en 104 puntos base desde 8,2% registrado durante el primer trimestre de 2015, alcanzando un 9,2% sobre la venta. El aumento se explica principalmente por mayores volúmenes comercializados, premiumización de la venta, menor costo del vino y un efecto positivo por variaciones de tipo de cambio, que fueron parcialmente compensado por un mayor SG&A.

5. Resultado Operacional más Depreciación y Amortización

En el primer trimestre el resultado operacional más depreciación y amortización aumentó un 20,4% registrando Ch\$16.854 millones en comparación a los Ch\$14.003 millones alcanzados en 2015. El margen como porcentaje sobre la venta alcanzó un 12,8% respecto al 12,0% obtenido en el primer trimestre del 2015. La mejora en el margen se explica por mayores volúmenes comercializados, premiumización de la venta, menor costo del vino y un efecto positivo proveniente de las variaciones de los tipos de cambio, que fueron parcialmente compensado por un mayor SG&A. El crecimiento, generó una expansión en los márgenes equivalente 71 puntos bases con respecto al primero trimestre de 2015.

6. Otros Ingresos (Pérdidas) por Función

Otros Ingresos (Pérdidas) por Función (Otros Ingresos, Otros Gastos, Ingresos Financieros, Costos Financieros, Participación en Asociadas, Diferencias de Tipo de Cambio y Unidades de Reajuste) registró una pérdida de Ch\$1.426 millones, lo que representa un 10,1% de menor resultado con respecto al primer trimestre de 2015.

Los Gastos Financieros registraron una disminución de 7,0% totalizando Ch\$2.395 millones durante el trimestre, con respecto a los Ch\$2.575 millones obtenidos durante el primer trimestre de 2015.

Al 31 de diciembre de 2015, la Deuda Financiera Neta¹ alcanzó los Ch\$175.847 millones, lo que representa una disminución de Ch\$23.783 millones frente a la Deuda Financiera Neta registrada al 31 de marzo de 2015.

7. Utilidad Neta del Ejercicio y Utilidad Neta por Acción.

Finalmente, la Utilidad Neta atribuible a los Controladores de la Compañía aumentó un 24,1% alcanzando Ch\$7.297 millones. En base a las 747.005.982 acciones suscritas, la utilidad neta por acción alcanzó los Ch\$9,8 por acción en comparación a los Ch\$7,9 por acción registrados durante el mismo periodo de 2015.

¹ Deuda Financiera Neta: Otros pasivos financieros Corrientes + Otros pasivos financieros no corriente – Caja y equivalente al efectivo – Derivados de cobertura.



Balance Consolidado

Activos

Al 31 de marzo de 2016, los activos totales de Viña Concha y Toro alcanzaron los Ch\$944.996 millones, cifra que representa un aumento de 2,4% con respecto al 31 de marzo de 2015. El aumento se explica principalmente por mayores niveles de Inventarios y Cuentas por Cobrar.

Pasivos

Al 31 de marzo de 2016, la Deuda Financiera Neta² alcanzó los Ch\$175.847 millones, lo que representa una disminución de Ch\$23.783 millones frente a la Deuda Financiera Neta registrada al 31 de marzo de 2015.

* * * * *

Acerca de Viña Concha y Toro

Viña Concha y Toro es el productor de vinos líder de Latinoamérica cuyos productos son distribuidos en 147 países. Fundada en 1883 por Don Melchor Concha y Toro, la Compañía produce y vende vinos finos bajo las etiquetas: Don Melchor, Amelia, Terrunyo, Marques de Casa Concha, Trío, Casillero del Diablo, Sunrise y Frontera. La Compañía posee cerca de 9.209 hectáreas plantadas en Chile, 1.142 hectáreas plantadas en Argentina y 468 hectáreas plantadas en Estados Unidos (Al 31 de marzo de 2016).

Viña Concha y Toro ha estado listada en la Bolsa de Comercio de Santiago desde 1933 bajo el memotécnico "Conchatoro". En 1994, se convirtió en la primera viña a nivel mundial en estar listada en la Bolsa de Nueva York bajo el memotécnico "VCO". Al 31 de marzo de 2016, la Compañía posee 3.450 trabajadores y sus oficinas están ubicadas en Santiago de Chile.

Forward Looking Statements

This press release may contain certain forward-looking statements within the meaning of Section 27A of the Securities Act of 1933, as amended, and Section 21E of the Securities Exchange Act of 1934, as amended, with respect to the financial condition, results of operations and business of the Company and certain plans and objectives of the Company with respect to these items. Forward-looking statements may be identified by the use of words such as "anticipate", "continue", "estimate", "expect", "intend", "may", "believe" and similar expressions. By their nature, forward-looking statements involve risk and uncertainty because they relate to events and depend on circumstances that occur in the future. There are a number of factors that could cause results and developments to differ materially from those expressed or implied by these forward-looking statements. These factors include: levels of consumer spending in major economies, changes in consumer tastes and preferences, the levels of marketing and promotional expenditures by the Company and its competitors, raw materials costs, future exchange and interest rates, as well as other risk factors referred in the Company's filings with the Securities and Exchange Commission.

² Deuda Financiera Neta: Otros pasivos financieros Corrientes + Otros pasivos financieros no corriente – Caja y equivalente al efectivo – Derivados de cobertura.



Viña Concha y Toro S.A.
Estado de Resultados Consolidados
En Miles de Pesos Chilenos

Estado de Resultados Consolidado	1T2015 Miles Ch\$	1T2014 Miles Ch\$	Variación %
Ingreso de Actividades Ordinarias	132.154.602	116.311.910	13,6%
Costo de Ventas	(81.519.671)	(73.819.201)	10,4%
Resultado Bruto	50.634.931	42.492.709	19,2%
Otros Ingresos (por función)	226.148	184.715	22,4%
Costos de Distribución	(30.183.339)	(25.312.321)	19,2%
Gastos de Administración	(8.299.740)	(7.689.134)	7,9%
Otros Gastos (por función)	(255.039)	(209.524)	21,7%
Ingresos Financieros	371.224	267.827	38,6%
Costos Financieros	(2.394.965)	(2.575.211)	-7,0%
Part en Gan (Pérd) de Asoc y Neg Conj que se contabilizan usando el método de la participación	648.151	551.605	17,5%
Diferencias de Cambio	(6.342)	491.457	-101,3%
Resultado por Unidades de Reajuste	(15.439)	(5.905)	161,5%
Ganancia Antes de Impuesto	10.725.590	8.196.218	30,9%
Gasto por Impuesto a las Ganancias	(3.285.129)	(2.239.251)	46,7%
Ganancia Neta	7.440.461	5.956.967	24,9%
Ganancia (pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora	7.297.252	5.878.376	24,1%
Ganancia (pérdida) atribuible a participación no controladoras	143.209	78.591	82,2%
Resultado Operacional más Depreciación y Amortización	16.854.176	14.003.144	20,4%
Resultado Bruto	50.634.931	42.492.709	19,2%
Costos Distribución	(30.183.339)	(25.312.321)	19,2%
Gastos Administración	(8.299.740)	(7.689.134)	7,9%
Depreciación	4.418.450	4.247.813	4,0%
Amortización	283.874	264.077	7,5%

VIÑA CONCHA Y TORO



Viña Concha y Toro S.A.
Balance Consolidado
En Miles de Pesos Chilenos

	Cierre al 31 Marzo,2016	Cierre al 31 Marzo,2015
Activos		
Efectivo y Efectivo Equivalente	36.499.694	44.147.479
Inventarios	227.627.280	218.053.303
Cuentas por Cobrar	145.559.624	129.535.478
Activos Biológicos	17.995.806	12.001.847
Otros Activos Corriente	44.730.385	52.831.680
Total Activos Corriente	472.412.789	456.569.787
Propiedades, Planta y Equipo, Neto	346.923.394	345.465.280
Inversiones cont. usando el método de la participación	24.086.088	21.277.818
Otros Activos No Corriente	101.573.810	99.865.982
Total Activos No Corriente	472.583.292	466.609.080
Total Activos	944.996.081	923.178.867
Pasivos		
Otros Pasivos Financieros Corrientes	89.405.702	56.000.132
Otros Pasivos Corrientes	166.071.599	141.096.378
Total Pasivos Corriente	255.477.301	197.096.510
Otros Pasivos Financieros no corrientes	160.803.034	220.754.299
Otros Pasivos No Corrientes	52.236.972	47.945.924
Total Pasivos No Corriente	213.040.006	268.700.223
Total Pasivos	468.517.307	465.796.733
Patrimonio		
Capital Emitido	84.178.790	84.178.790
Ganancias (pérdidas) acumuladas	404.777.264	371.749.691
Otras Reservas	-14.155.824	-18.120
Patrimonio Atribuible a los propietarios de la controladora	474.800.230	455.910.361
Participaciones no controladoras	1.678.544	1.471.773
Total Patrimonio	476.478.774	457.382.134
Total de Patrimonio y Pasivos	944.996.081	923.178.867